

Direzione Didattica di Narni
Scalo
Scuola Primaria "S. Pertini"
Anno Scolastico 2006-2007
5[^]A-B-D

Progetto: la Scuola
Elettronica del Consumo

"La Qualità nella
Comunicazione"

Comunicare... che Passione !



IL NOSTRO PERCORSO FRA I MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

1- IL QUOTIDIANO



2-LE RIVISTE :SPECIALIZZATE e A LARGA DIFFUSIONE

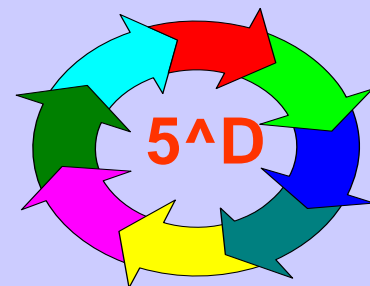
3- IL MONDO DI INTERNET

4- IL MIO AMICO “ TELEFONINO”



5-LA TELEVISIONE

6- LA PUBBLICITA’

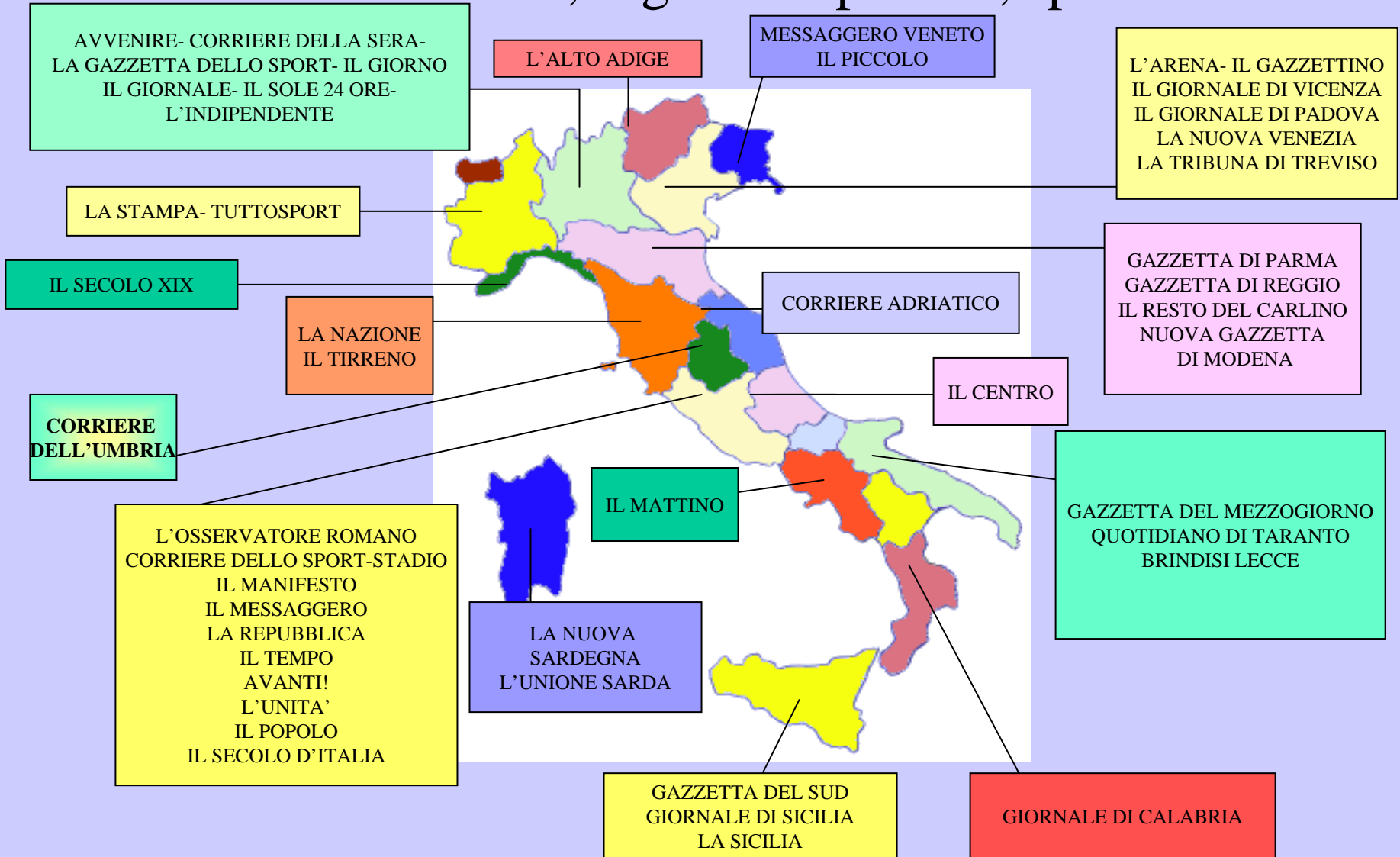


IL QUOTIDIANO: visita al “foglio” regionale: “ Il Corriere dell’Umbria”

- ***Il Direttore ci spiega:***
- il quotidiano è un giornale che viene
- pubblicato ogni giorno
- il suo compito è di informare su ciò che
- accade nel nostro paese e nel mondo, in modo oggettivo ed onesto
- raccoglie le notizie principali, le espone, le analizza e, talvolta, un “Editorialista” le commenta per i lettori

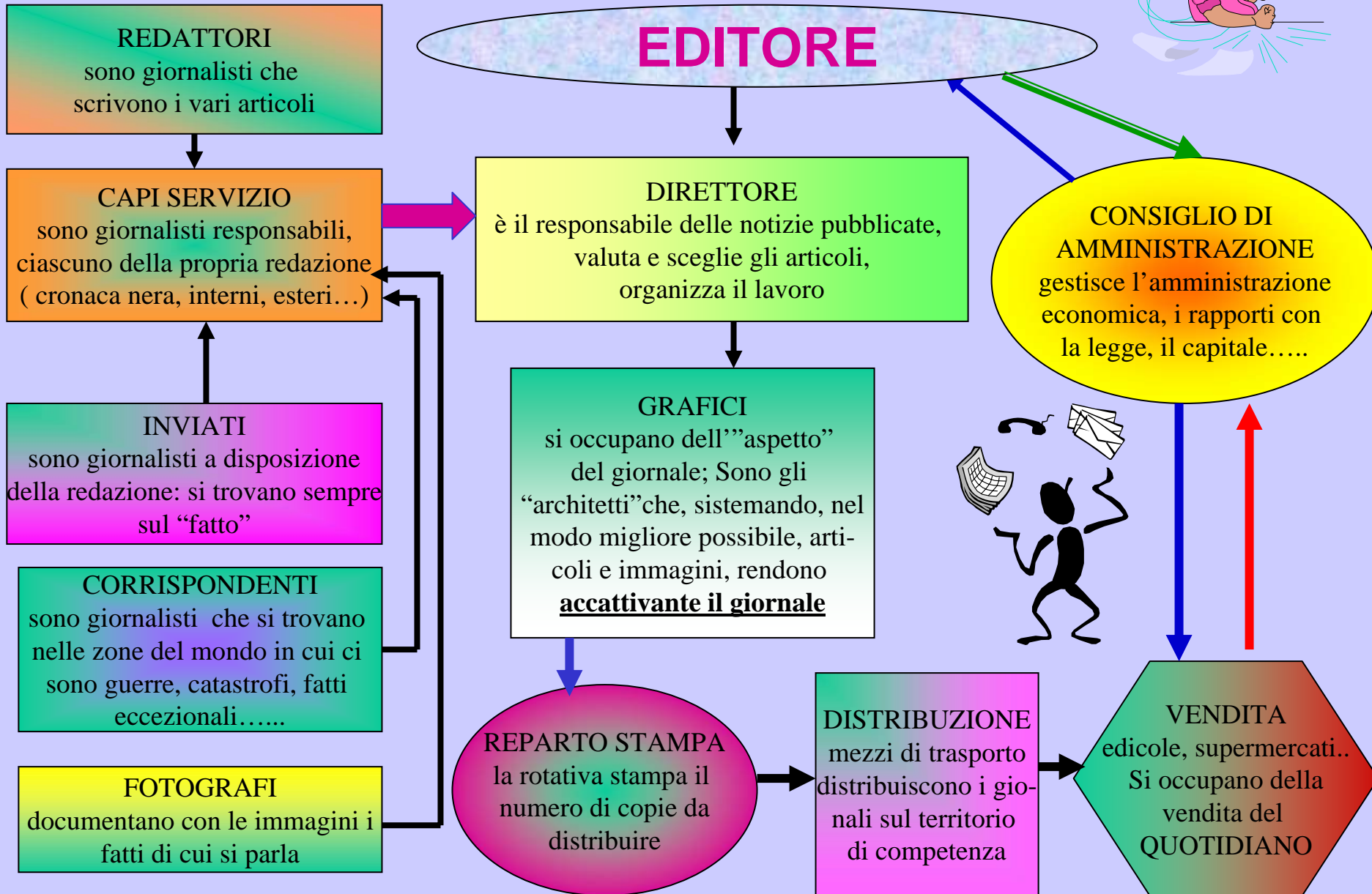
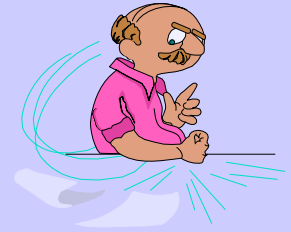


QUOTIDIANI PIU' DIFFUSI IN ITALIA: di informazione, organismi politici, sportivi



DOVE NASCE IL QUOTIDIANO?

IL LAVORO DI GRUPPO DELLA REDAZIONE....



DALLA NOTIZIA ALL'ARTICOLO: come fanno i giornalisti a procurarsi le notizie per scrivere L'ARTICOLO?

FONTI UFFICIALI: UFFICI STAMPA

sono uffici che fanno parte di organizzazioni pubbliche e istituzioni: Parlamento, Polizia, Carabinieri,, Provincie, regioni... oppure grandi aziende che diffondono comunicati e notizie ufficiali

INVIATI E CORRISPONDENTI

dai luoghi in cui si trovano, riferiscono ciò che accade, intervistano persone coinvolte nei fatti e inviano le notizie al giornale via cellulare, e-mail.....

AGENZIE DI STAMPA

sono agenzie a diffusione mondiale che ricevono e comunicano notizie e foto da tutto il mondo ai quotidiani abbonati. Tra le più famose: ANSA, REUTERS, ADNKRONOS....

A
R
T
I
C
O
L
O



COME NASCE UN ARTICOLO?

Una notizia di cronaca, per essere esauriente, deve rispondere a 5 domande: il metodo delle 5 wh..questions, caratteristico del mondo Anglosassone



Il "progetto" di impaginazione viene stabilito in una riunione serale del direttore con i capo-redattori :

DAL MENABO' ALLA PRIMA PAGINA

TESTATA

SOMMARIO

ARTICOLO DI APERTURA

SPALLA

SPALLA

CONTORNO CIVETTA

ARTICOLO DI FONDO

INSERTO PUBBLICITARIO



IL GAZZETTINO Belluno



Circa 150 ogni anno nel solo bellunese le persone alle quali colà il cuore mentre sono impegnate in qualche escursione sulle vate

Infarti, uno su tre accade sui sentieri

Il primario di cardiologia: «L'altitudine non c'entra, è colpa dell'imprudenza di chi fa sforzi eccessivi»

Belluno - Sono stati 150 i casi di infarto registrati nel 2011, un numero in costante crescita rispetto al 2010. Il primario di cardiologia dell'ospedale di Belluno, Roberto Zecchi, ha spiegato che il motivo di questo aumento non è legato all'altitudine, ma alla mancanza di preparazione fisica delle persone che si recano in montagna. «L'altitudine non c'entra, è colpa dell'imprudenza di chi fa sforzi eccessivi», ha detto Zecchi. «Molti non fanno attività fisica e si recano in montagna senza averne la preparazione necessaria. In questi casi, il cuore non riesce a fornire il sangue necessario e si verifica l'infarto».

Zecchi ha sottolineato che il rischio di infarto è maggiore per chi si reca in montagna in gruppo, ma che anche chi si reca da solo può correre il rischio. «È importante che chi si reca in montagna sia preparato e che si rechi in compagnia», ha detto Zecchi. «Inoltre, è importante che chi si reca in montagna sia preparato e che si rechi in compagnia».



L'archeologo rivela i più grandi resti in Valle Imperia di defunta Maria

Tre, cadde Maria Regina - Tre sono i più grandi resti in Valle Imperia di defunta Maria. L'archeologo ha rivelato che si tratta di resti di una donna che visse in Valle Imperia nel 1700. I resti sono stati trovati durante gli scavi per la costruzione di una casa. L'archeologo ha detto che i resti sono stati trovati in un luogo che era stato utilizzato come sepolcro. «I resti sono stati trovati in un luogo che era stato utilizzato come sepolcro», ha detto l'archeologo.

Spiragli per l'università Trovati 130 mila euro

Belluno - Sono stati trovati 130 mila euro di spiragli per l'università. Il sindaco di Belluno, Roberto Zecchi, ha detto che i soldi sono stati trovati durante gli scavi per la costruzione di una casa. «I soldi sono stati trovati durante gli scavi per la costruzione di una casa», ha detto Zecchi. «I soldi sono stati trovati durante gli scavi per la costruzione di una casa».

Il personaggio NEL SITO DELLA NASA L'ULTIMA FATICA DI DE DONÀ

Belluno - Il personaggio nel sito della NASA è l'ultima fatica di De Donà. Il sito della NASA è un sito che è stato creato da De Donà. «Il sito della NASA è un sito che è stato creato da De Donà», ha detto De Donà. «Il sito della NASA è un sito che è stato creato da De Donà».



IL GAZZETTINO, tradizione e innovazione

DENTRO IL QUOTIDIANO

1-INTERNO: notizie di politica nazionale: il governo, i partiti i movimenti politici

2-ESTERI: notizie di avvenimenti accaduti in tutto il mondo

3-CRONACA: notizie sui fatti più disparati accaduti in una giornata nel nostro paese. La CRONACA si distingue in; NERA (delitti, fatti criminosi...), BIANCA (avvenimenti importanti a livello sociale), ROSA (avvenimenti che riguardano persone importanti, matrimoni famosi, nascite...), GIUDIZIARIA (cronaca da tribunali in cui si svolgono processi importanti)..

4-ECONOMIA: notizie che riguardano le attività delle imprese e del mondo del lavoro; vengono presentate le tabelle con le quotazioni di Borsa e i cambi delle valute

5-CULTURA: questa parte del giornale si occupa di tutto ciò che è cultura: letteratura, storia, scienza, arte, musica

6-SPETTACOLO: notizie e commenti sul mondo dello spettacolo (vips!), tabelle con programmi t.v. articoli di "gossip"

7-CRONACA LOCALE: è un giornale nel giornale che rappresenta una guida alla vita della città: spesso i quotidiani presentano alcune pagine locali per ognuna delle province e/o dei principali comuni raggiunti dalla loro diffusione

8-SPORT: molte pagine del quotidiano sono dedicate agli avvenimenti sportivi che si svolgono sia in Italia che all'estero



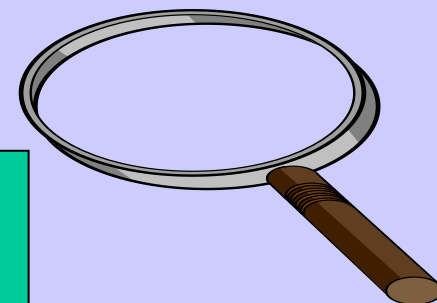
LA RIVISTA ILLUSTRATA: di larga diffusione; specializzata

La RIVISTA ILLUSTRATA presenta, accanto agli articoli, un gran numero di foto, disegni o, comunque, immagini, di solito, a colori.

A seconda del CONTENUTO, si distinguono RIVISTE :
DI ATTUALITA'
FEMMINILI
PER RAGAZZI
DI SETTORE (politica, turismo, scienze, fotografia, arredamento, sport....)

Possono rivolgersi a:
-un PUBBLICO RISTRETTO di specialisti (medici, insegnanti...)
-un PUBBLICO VASTO; in tal caso trattano argomenti di carattere generale, con un linguaggio comune, cioè NON SETTORIALE

SCOPO DELLA RIVISTA:
trasmettere notizie di attualità e di informare sui più svariati argomenti

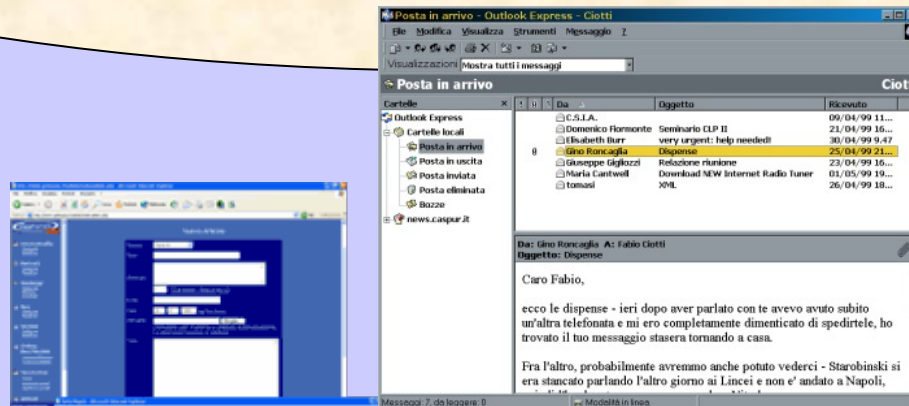


INTERNET: “navigare” per conoscere ilMONDO!!!

- Attraverso la” rete” web, oggi è possibile effettuare azioni che, tempo fa, apparivano impensabili:
- leggere un giornale → **QUOTIDIANI ON LINE**
 - consultare **BANCHE DATI** riguardo qualsiasi argomento
 - CERCARE E CONOSCERE ARGOMENTI SPECIFICI** di qualsiasi tipo → **SITI WEB**
 - COMUNICARE CON CHI VUOI VIA E-MAIL**
 - chiacchierare di argomenti specifici o conoscere persone nuove “chattando” nelle varie **CHAT**

**ATTENZIONE,
PERO':**

**QUESTO “MONDO”
NASCONDE ANCHE
TANTI PERICOLI!!
OCCHI APERTI,
RAGAZZI!!**



LA NOSTRAPASSIONE!!



CONCLUDENDO:
abbiamo davvero
tantissimi
“MEZZI”
per conoscere e
COMUNICARE!
Certo, quello che
noi ragazzi amiamo
di più è,
sicuramente,
il TELEFONO CELLULARE!!

Con esso giochiamo, parliamo, inviamo
messaggi, scattiamo foto, ci connettiamo
con internet, registriamo, ricordiamo gli
impegni, giriamo video e li spediamo.....

ABBIAMO PERFINO “CONIATO”
UN NUOVO
“CODICE LINGUISTICO”!!!



TVTTB XKE'
6 UNIKA!



Cellulare si...cellulare no...?

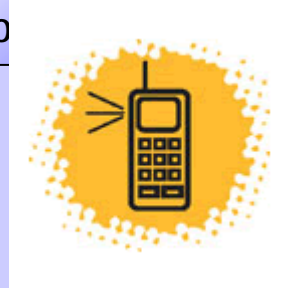
Possibilità di comunicare da qualsiasi luogo, in caso di necessità

Possibilità di chiedere aiuto immediato alle forze dell'ordine o ai mezzi di soccorso

Le onde elettromagnetiche provocano danni alla salute

Stare al telefonino durante la guida può provocare incidenti gravi

TELEFONINO
si



TELEFONINO
no

Possibilità di comunicare "in diretta", improvvisi cambiamenti di programma

Possibilità di facilitare i rapporti sociali e di utilizzare tutte le possibili applicazioni: foto, video

Usare il cellulare nei luoghi pubblici disturba gli altri

I segnali telefonici possono interferire con i radar degli aerei o con congegni cardiaci

**HA UN SUO “LINGUAGGIO”
PER TRASMETTERE
“MESSAGGI”: UTILIZZA
CONTEMPORANEAMENTE
CODICI DIFFERENTI:
*suono, parole, immagini...***

**E' UNA FORMA DI
SPETTACOLO
PERCHE' INTRATTIENE
E DIVERTE**



LA TELEVISIONE

**HA TRASFORMATO
RADICALMENTE
LA VITA,
LA CULTURA,
IL LINGUAGGIO
DELLA NOSTRA
SOCIETA':
E', ORMAI,
UN OGGETTO
“INDISPENSABILE”**



**E' UN MEZZO DI
COMUNICAZIONE
PERCHE' DA'
INFORMAZIONI
A TUTTI**

**FORNISCE LA VISIONE
“DIRETTA” DEGLI
AVVENIMENTI
MENTRE ACCADONO**

E.....DIETRO IL VIDEO? Come si realizza un programma?

ATTORI/CONDUTTORI:
osservano la telecamera e
quando su di essa si
accende la luce rossa,
cominciano a parlare

REGISTA: è seduto in una cabina a vetri
isolata, davanti ai monitor corrispondenti a
ciascuna tele-camera. Tenendo presente
il “copione”, sceglie le immagini e le
inquadrature migliori.

**SCENOGRAFI E
DISEGNATORI:**
preparano le scene,
i cartelli e i titoli che
appaiono sullo schermo
per annunciare il
programma

**SEGRETERIA DI
REDAZIONE:**
persone incaricate
di annotare tutte le
osservazioni necessa-
rie a realizzare il
programma.

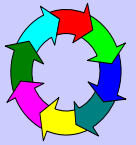


**TECNICI DELLE
LUCI E DEL SUONO:**
regolano l'intensità delle
luci, inseriscono musiche,
suoni e rumori

ASSISTENTI DI STUDIO:
persone specializzate, pronte
a risolvere qualsiasi problema
si possa presentare nella transmis-
sione in diretta o nella registrazione

CAMERAMEN:
con un auricolare, seguono gli ordini del
regista e spostano le telecamere per realiz-
zare le inquadrature

PERO'....OCCHIO RAGAZZI,EH!!!!



La T.V. ha tanti aspetti positivi:

- informa velocemente su ciò che accade nel mondo
- è uno strumento utile per l'apprendimento (documentari, reportage, programmi culturali...)
- permette a milioni di persone di assistere contemporaneamente e in "diretta" a un evento importante
- diverte, rilassa con spettacoli, films, varietà, sport....

MA.....

- spesso il ritmo con cui vengono diffuse le informazioni è così rapido che non permette di riflettere
- non si ha la possibilità di "fermare" chi parla e di controbattere le sue affermazioni (si rischia di diventare "passivi")
- spesso, a causa della velocità delle notizie, si perde il senso di quelle precedenti, quindi si tende a perdere il senso del tempo
- non tutti i programmi sono apprezzabili sia come qualità sia come contenuti

PERCIO':

**ABITUAMOCI A SCEGLIERE CON ATTENZIONE
ED AD ESPRIMERE UN GIUDIZIO PERSONALE!!!**



**NON DIVENTIAMO
COME LUI!!!!**



LA PUBBLICITA'

Che cosa è?

La pubblicità è una qualsiasi forma di messaggio, diffuso in modi diversi e vari .

A cosa è utile?

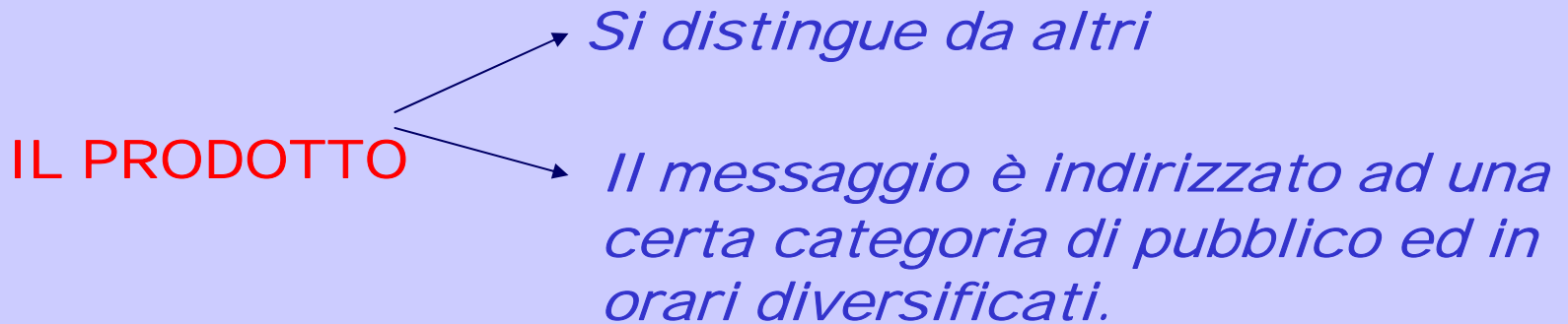
È utilizzata nelle attività, industriali, artigianali o professionali allo scopo di far conoscere e promuovere la vendita sia di prodotti che la presentazione di un servizio.

La pubblicità è una forma di comunicazione a pagamento, diffusa attraverso strumenti quali:

- televisione;
- radio;
- giornali;
- posta e altro, che intenzionalmente ci invita e ci influenza nelle nostre scelte.

La pubblicità ,pertanto ,è uno strumento di COMPETITIVITA' TRA DUE O PIU' AZIENDE che cercano di promuovere il loro prodotto assegnandogli un' identita' specifica.

In tal modo:



La pubblicità è molto importante per I SUOI EFFETTI SULLA MENTALITA' E SUI COMPORTAMENTI DEI CONSUMATORI.

Questa è causata dal fatto che gli stimoli provocati dalla pubblicità vengono inconsapevolmente assorbiti dai consumatori, i quali non sempre assumono un atteggiamento critico riguardo alla pubblicità.

*Essa deve essere orientata a svolgere in modo corretto la sua funzione di **comunicazione***

informazione

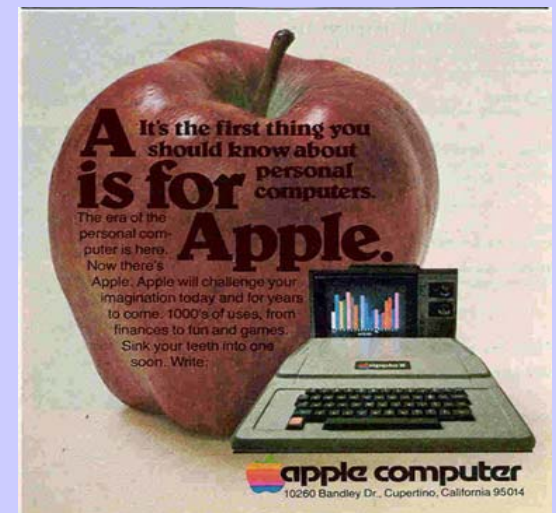
promozione di beni e servizi

Vi è, a tal proposito, la direttiva della Comunità Europea n° 450 del 1984, che interviene stabilendo:

☺ *I principi generali*

☺ *Limiti e vincoli*

☺ *Controllo delle pubblicità ingannevoli*



LA PUBBLICITA' DEVE ESSERE :

- ❖ **PALESE**
- ❖ **VERITIERA** (Sincera, Onesta, Conforme alla verità)
- ❖ **CORRETTA** (Valida, Esatta, Coerente)
- ❖ **RICONOSCIBILE** come tale (essa ha lo scopo di consigliare un prodotto e non di offrire un modello o ideale di vita)

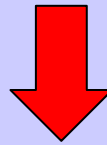


**"NOI DOBBIAMO ESSERE ATTENTI
OSSERVATORI DELLA PUBBLICITA' ED
ASSUMERE, VERSO DI ESSA, UN COMPORTAMENTO
CRITICO"**



LA PUBBLICITA' NON DEVE ESSERE:

INGANNEVOLE



LA Pubblicità è ingannevole quando:

- Induce in errore il consumatore (danno economico).
- Induce ad acquisti superflui ed inutili (molto frequente).
- Non informa sui danni e rischi collaterali (danno alla salute).
- Induce i bambini ed adolescenti ad acquistare prodotti non sicuri.
- Usa l'immagine dei bambini per influenzare le scelte degli adulti.

Il punto sul quale si può capire se una pubblicità
è ingannevole è:
conoscere le caratteristiche di un prodotto



- disponibilità di un prodotto
- natura del prodotto
- esecuzione in fase di lavorazione
- composizione del prodotto
- data di fabbricazione
- idoneità allo scopo
- uso del prodotto pubblicizzato
- sua descrizione
- marchi di qualità (Origine Geografica.....)
- il prezzo e le prove di controllo.



LA PUBBLICITA' *SUBLIMINALE*

“?”

SUBLIMINALE: aggettivo usato sia in medicina che in psicologia.

Usato in PSICOLOGIA indica una sensazione percepita a livello inconscio.

Queste sensazioni sono deboli per essere avvertite ma sufficienti a condizionare i nostri comportamenti.

La pubblicità subliminale è vietata.

LA PUBBLICITA' IN TELEVISIONE

La televisione è forse il più importante strumento di comunicazione e, pertanto, raggiunge quotidianamente un notevole numero di consumatori; per questo motivo vi sono delle regole specifiche che riguardano la pubblicità televisiva e radiofonica.

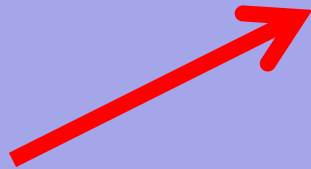
Secondo la L.223/90, la pubblicità in radio o in televisione:

- non deve offendere la dignità delle persone
- non deve evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità
- non deve offendere ideali e religioni
- non deve indurre a comportamenti che mettano a rischio la salute, la sicurezza e l'ambiente.

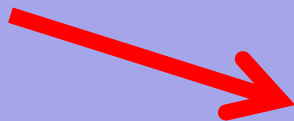
NELLA PUBBLICITA' OCCORRE PRESTARE UNA PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA PARTECIPAZIONE DI UN MINORENNE

QUANTA PUBBLICITA' DURANTE UN PROGRAMMA?

La pubblicità



Nella televisione di Stato (RAI) non può superare il 12% di ogni singola ora (7,2 minuti).



La televisione privata non può superare il 18% di ogni singola ora (10,8 minuti).

*è vietata la pubblicità televisiva
degli articoli di fumo e la
sponsorizzazione nelle trasmissioni
da parte di aziende che fabbricano o
vendono sigarette*

**i super alcolici
possono essere
pubblicizzati
negli spot, ma
non possono
sponsorizzare
trasmissioni**

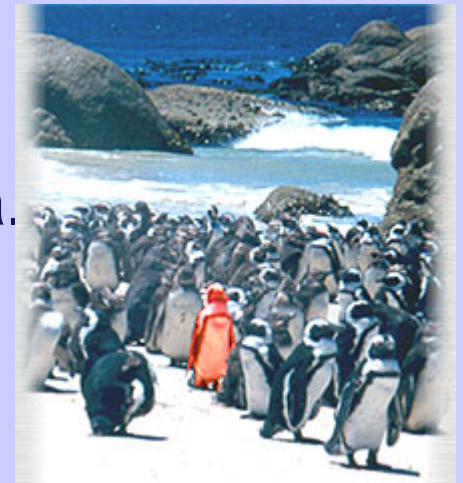
CI SONO DUE FORME DI PUBBLICITA' TELEVISIVE:

- televendite
- sponsorizzazione (spot pubblicitario)

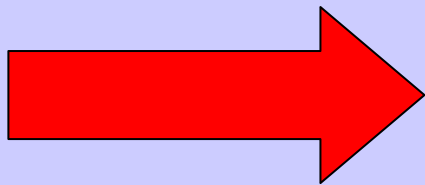
Chi controlla l'uso corretto della pubblicità?

L'autorità garante della concorrenza e del mercato si chiama :

ANTITRUST ,ha la funzione di assicurare il rispetto delle norme che regolano la pubblicità.



ESEMPIO DI SCHEDA di APPROFONDIMENTO e ANALISI RELATIVA AD UN'IMMAGINE PUBBLICITARIA



LA PUBBLICITÀ



→ DOPPIA IMMAGINE

→ DOPPIA FRASE

→ TESTO

→ LOGO DEL PROMOTORE

→ SLOGAN

● Seleziona le risposte esatte.

1 A chi è rivolta la pubblicità?

- Ai turisti.
- Ai consumatori.
- Ai gestori dei ristoranti.

2 Che cosa intende promuovere?

- Il consumo di olio d'oliva.
- Le spiagge italiane.
- Una particolare cucina regionale.

3 Da chi è stata finanziata la campagna pubblicitaria?

- Dalle regioni italiane.
- Dal ministro per le risorse agricole.
- Dalla Comunità Europea.

4 Perché al prodotto reclamizzato è stata associata l'immagine di una ragazza in riva al mare?

- Perché l'olio d'oliva è un prodotto mediterraneo, naturale e ben equilibrato sul piano nutrizionale.
- Perché la pubblicità è stata realizzata in estate.
- Perché l'olio si consuma soprattutto nei mesi caldi.

Pubblicità

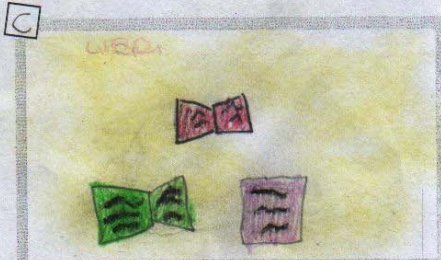
3x2 3x2 3x2 3x2

MANIFESTI

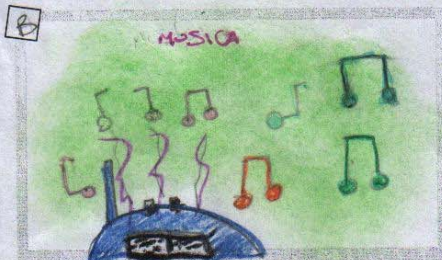
Esagerata e divertente; spiritosa e giovane! La pubblicità ci incanta e ... ci condiziona.



Veloce ma sicuro per i piccoli spostamenti in città; agile ma solido, scattante ma non troppo «adulto»: quando esce con lui, posso stare tranquillo!



Entra nel magico mondo dell'avventura! I tuoi beniamini ti attendono ogni mese per accompagnarti in un meraviglioso viaggio pieno di sorprese.



Batti il tempo con Sferaiacs, l'unico amico che si scatena con te al ritmo dell'estate!



È super! È maxi! È così buona che ti frizza, ti esalta, ti sprizza! Extrablu, il mito della sete.

- Come vedi, ai seguenti testi pubblicitari sono state tolte le immagini. Leggili attentamente, poi individua a quali di essi si riferiscono le critiche riportate.
- Completa tu i manifesti pubblicitari inventando un'immagine adatta e aggiungendo le informazioni mancanti.

È una pubblicità esagerata, sicuramente studiata per colpire un pubblico giovane. **A**

Il messaggio pubblicitario non è chiaro: il testo è ambiguo e, da solo, non basta a chiarire la natura del prodotto reclamizzato. **B**

Si tratta sicuramente della pubblicità di un libro o una serie di libri. È rivolta ai bambini non troppo piccoli. **C**

È un testo rivolto agli adulti, sempre preoccupati della sicurezza dei loro figli; presenta il prodotto in modo accattivante. **D**

"CI SIAMO DIVERTITI AD INDOVINARE ED INTERPRETARE UNO SPOT PUBBLICITARIO"

"....Ci siamo anche intervistati riguardo alle nostre abitudini televisive...."



SEI TELEDIPENDENTE? A

Sei un telespettatore attivo e sai selezionare i programmi «giusti» oppure accetti passivamente tutto quello che la TV ti propone?

Scegli le tue risposte, conta i simboli e leggi il tuo profilo di utente della TV.

1 Quando guardi la tele, non sopporti:

- che si parli.
- che ci si muova.
- che si stia zitti.

Se il maggior numero è di , sei davvero un «teledipendente»! Incurgiti ogni tipo di immagine, senza fare distinzioni. Ma attento all'indigestione!

Se il maggior numero è di , sei un telespettatore accorto. Sai scegliere le trasmissioni con gusto e preferisci quelle con un certo contenuto di informazione.

2 Se per un guasto il televisore si spegne:

- esci a sgranchirti le gambe.
- ti fai registrare la fine del film.
- guardi il seguito a casa dei vicini.

Se il maggiore numero è di , sei un tipo che non ha bisogno della televisione, preferisci la compagnia delle persone e sai usare la fantasia.

3 Quando il tecnico viene a riparare il guasto:

- lo accogli come un salvatore della patria.
- lo osservi con interesse.
- ti stupisci che sia arrivato così presto.

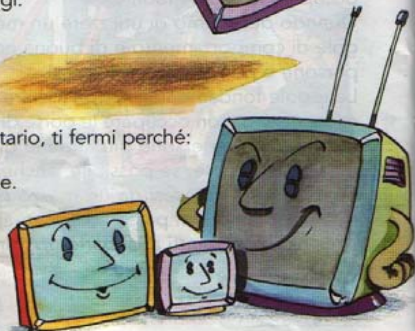


4 Gli sceneggiati a puntate ti piacciono perché:

- c'è il tempo di affezionarsi ai personaggi.
- sono un appuntamento con la tivù.
- la storia sembra non finire mai.

5 Se i tuoi genitori guardano un documentario, ti fermi perché:

- adori la tivù e ogni programma va bene.
- ti piace rimanere in loro compagnia.
- quel programma ti appassiona.



6 Durante le vacanze:

- guardi la tivù più a lungo.
- puoi scegliere meglio i programmi.
- preferisci giocare con gli amici.

7 Quando hai finito di studiare:

- consulti i programmi.
- giochi un po'.
- accendi la tele.

8 Chi non ha un televisore:

- deve annoiarsi parecchio.
- perde una quantità di programmi interessanti.
- ha tempo per altre cose.

9 Se ti mandano a dormire prima che sia terminato il film:

- ubbidisci, in fondo è tardi.
- prometti di andare a letto presto l'indomani.
- fai promettere ai tuoi genitori che ti racconteranno la fine.

10 Il regalo che vorresti ricevere è:

- un televisore da mettere in camera tua.
- un videoregistratore.
- un telefono.

S. Morgenstern, Malateledovè, Emme



“..abbiamo anche letto ed analizzato articoli da riviste specializzate..per essere sempre più informati..”

Frutta d'estate: tanta salute, poche calorie



Fresca e saporita, è ideale con le alte temperature, idrata il corpo ed è ricca di sostanze preziose

Per affrontare il grande caldo senza correre i rischi della disidratazione e senza penalizzare il buon funzionamento dell'organismo, la natura ci viene in aiuto con la frutta dell'estate.

Bella, colorata e dissetante, tonica, leggera, la frutta estiva è ricca di sostanze che forniscono all'organismo tutto ciò di cui ha bisogno per stare in forma ed adattarsi al caldo.

La **pesca** per l'apporto di vitamine A e C difende la pelle dal sole, aumenta la resistenza dei capillari e garantisce l'elasticità della pelle; è un integratore di minerali ed è utile nelle diete dimagranti.



Il **melone**, costituito per il 90% di acqua, è un efficace diuretico e mantiene fluido il sangue.



L'**albicocca** protegge la pelle e la vista per la sua ricchezza di betacarotene; per l'abbondanza di potassio, ha un effetto tonificante, utile per contrastare la debolezza muscolare e mentale.



La **prugna** stimola l'intestino pigro per la presenza di fibre e di zuccheri particolari, purifica l'organismo e mantiene i tessuti giovani per la presenza della vitamina E.

L'**anguria** non fa ingrassare perché è dolce ma non calorica e contiene un buon mix di minerali.



Manuela Soressi, in «Viversani & belli»
D.E. Didieffe Editoriale S.p.A.

Una passione per... ME

♥ Completa.

Il mio alimento preferito è

Invece, un cibo che non riesco proprio a mandar giù è

Educazione all'affettività

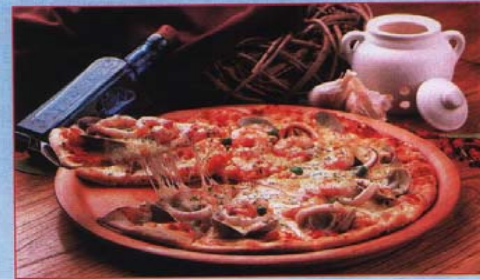
IMPARO A... organizzare

informazioni in tabelle

Completa la tabella.

frutto	componenti	effetti
pesca		
melone		
albicocca		tonifica
prugna	fibre,	
anguria		

Buona e... sana!



Sottile e friabile, oppure morbida e soffice, la pizza, in tutte le sue possibili varianti, è probabilmente il simbolo dell'Italia nel mondo. Che sia veramente «buona» è fuori discussione, che sia anche sana e «in linea», invece, è più discutibile.

In realtà, non c'è alcun motivo per bandire la pizza dalla tavola perché, nella sua versione classica all'italiana, è un piatto unico eccezionale: basta non eccedere, ma togliersi lo sfizio solo di tanto in tanto.

Secondo gli esperti, la pizza è un piatto unico quasi perfetto, perché abbastanza equilibrato: la farina apporta zuccheri complessi che forniscono energia; l'olio extravergine d'oliva fornisce i grassi «buoni» (indispensabili per l'organismo); il formaggio è utile per le proteine e i sali minerali (primo fra tutti il calcio); il pomodoro porta fibra, vitamine e altri sali minerali.

Per completare la pizza sul piano dei nutrienti, basta accompagnarla con un'insalata mista o un frutto, che forniscono le fibre, le vitamine e i sali minerali mancanti.

Da non trascurare il contenuto di sale; stando alle indicazioni del Ministero della Salute non se ne dovrebbero assumere più di 5-6 grammi al giorno (il suo eccesso favorisce l'innalzamento della pressione). Già una Margherita ne contiene un 4% sugli ingredienti totali, ma la quota aumenta se si ordina una Marinara o una Napoletana, perché contengono acciughe e capperi, di per sé molto salati.

Da «Viversani & belli»,
D.E. Didieffe Editoriale S.p.A.



Analizzare

L'articolo ti sembra rivolto:

- a un pubblico specialistico (medici)
 a un pubblico non specialistico



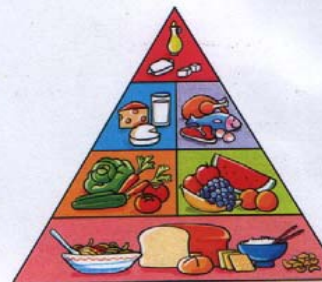
Approfondire

La «piramide alimentare» indica in maniera schematica le regole per una corretta e sana alimentazione. Alla base si trovano i cereali (pasta, riso...) fonte di carboidrati; salendo si trovano frutta e verdura, ricche di vitamine e sali minerali, seguite da latticini, carne, pesce e uova, fonte di proteine e, in ultimo, dai dolci e dai condimenti, che forniscono grassi e calorie. I consumi degli alimenti dovrebbero diminuire man mano che si sale verso la punta della piramide.

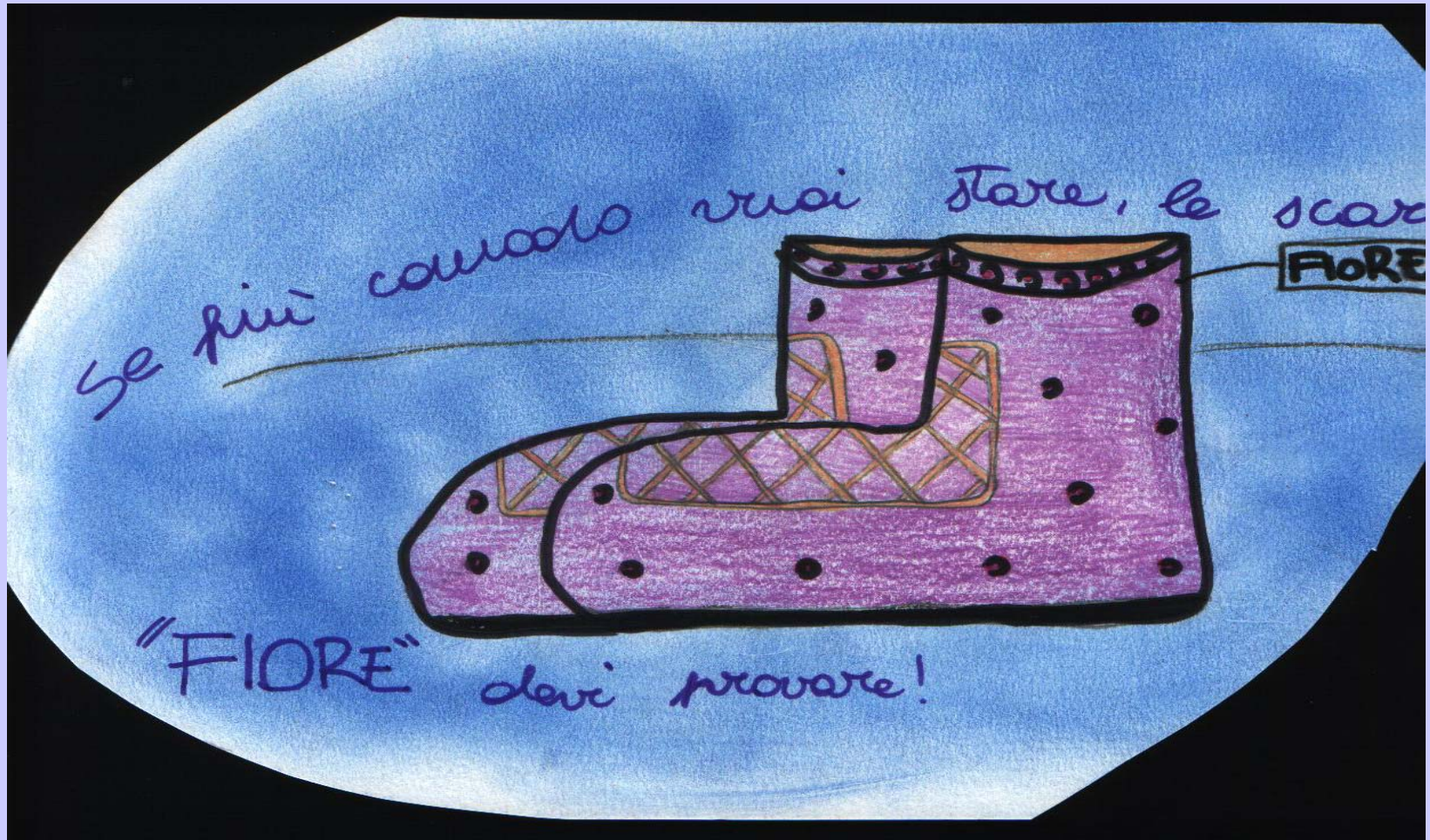
Approfondisci l'argomento con l'insegnante di scienze.

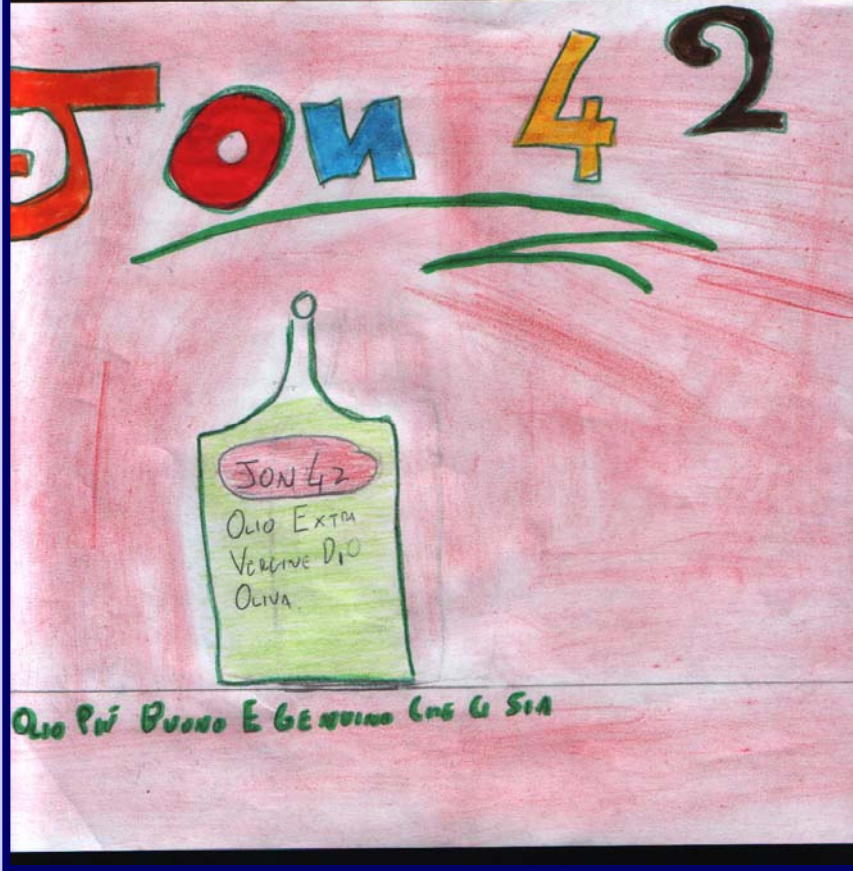
Scrivere e rielaborare

Presenta, sotto forma di articolo, il tuo piatto preferito.



...ED ORA ECCO LE NOSTRE PUBBLICITA'







Senza te
non posso
vivere.



L'UCCIOLA
D'ORO

.....CONSIDERAZIONI FINALI.....

A conclusione del Progetto, si può affermare che esso ha rappresentato un percorso stimolante e creativo.

L'argomento trattato ci ha indotto a riflettere sull'importanza che, attualmente, riveste la comunicazione di massa e sull'influenza che essa ha sui nostri comportamenti, tanto da poter indurre a significativi condizionamenti.

Il nostro intento è stato quello di promuovere un'attenta lettura e decodifica dei vari messaggi, tale da stimolare atteggiamenti critici per scelte sempre più consapevoli.

Le Insegnanti